科技期刊微信视频号的分析与思考

武晓耕
（西北工业大学期刊编辑部，陕西 西安 710000）

摘　要：微信视频号是一种新兴的短视频平台，目前已经有一批科技期刊将微信视频号应用于办刊的实践之中。微信视频号在内容时效性和传播精准性等方面都有一些独特之处。这些特点更加适合科技期刊的小众属性。在短视频已经成为主流媒体社交形式的背景下，微信视频号相比抖音、快手以及微信公众号，将赋予科技期刊更广阔的发展空间和更丰富的可能性。

关键词：科技期刊；微信视频号；主流媒体社交形式；短视频　　**中图分类号：**G632 **文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）12-048-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.12.013
本文著录格式：武晓耕．科技期刊微信视频号的分析与思考 [J]. 中国传媒科技，2021（12）：48-49.

导语

科技期刊对于视频期刊、视频摘要、视频栏目的实践和研究并不鲜见。国际上第一家视频出版期刊 Journal of Visualized Experiments（JOVE）在2006年就已经创刊，《中华损伤与修复杂志》等刊物也开始尝试开设视频栏目，[1] 弗朗西斯・泰勒、威利等出版公司也在尝试通过视频摘要提高期刊的影响力和传播力。其中，《CELL》杂志的视频摘要点击率已经达到 2947 次 / 篇。[2] 此外，一些科技期刊也在尝试与抖音等短视频平台进行融合。[3]

但是，目前科技期刊研究者们对于微信视频号的关注似乎还不多。笔者以“期刊”和“微信视频号”为关键词在中国知网进行查询，结果为“0”。微信是当前华人世界影响力最大的社交软件，使用人数已经达到 12 亿。在此基础上，微信视频号的未来也非常值得期待。在实践中《机械工程学报》《光：科学与应用》《中国激光》《材料科学与工程》《运动医学与健康科学》《园艺研究》《自动化学报》《软件学报》等刊物已经建立了自己的微信视频号。虽然总体数量还不多，但却对科技期刊应用微信视频号进行了一些有益的实践和探索，有必要对此进行总结和梳理。

1. 两个特点

1.1 申请流程简便

微信视频号的申请与开通必须依托一个手机号，通过某一特定手机号，可在微信内进行申请开通的相关操作，正常情况下 1~2 分钟即可完成申请。申请完成后即可在自己的视频号内上传视频内容。上述流程均在手机上完成操作，无需借用 PC 电脑，也没有额外的线下程序。

视频内容可以是自己原创的拍摄内容，也可以是其他视频内容。对于科技期刊编辑部，开通后可以进一步进行认证。微信视频号认证分为三类，包括兴趣认证、职业认证和企业机构认证三种类型。前两种更倾向于个人，对于科技期刊编辑部而言，更适合企业机构认证。一般需要提供单位法人和单位的相关资质和证明。但是，在没有认证的情况下也不影响微信视频号的正常发布和传播。

1.2 更鼓励原创内容

微信视频号上线不久，即开通了内容“原创计划”。只要视频号参与这一计划，就可以降低认证门槛（兴趣认证粉丝数最低数量从 1000 人降至 500 人），微信视频号的运营方也会在更大的范围内对原创内容进行推送，以加强传播效果。

同时，微信视频号也比较强调对于原创内容的版权保护，对于内容转发的规定较为严格，即便不是恶意转发，只要微信视频号后台发现某条视频内容有其他视频号或其他平台的 Logo，就会联系该条视频内容转发人，并人为干预该条视频内容的推送范围，降低该条视频的浏览量。所以，笔者认为微信视频号对于原创内容更为友好，这一方面增加了科技期刊微信视频号的运营成本，编辑部必须花费更大的精力去发掘和制作原创内容；另一方面，各科技期刊编辑部也可以充分借用这些规则保护自己来之不易的原创内容，扩大期刊的行业影响力。

2. 三大优势

2.1 更适合小众范围传播

科技期刊由于其自身特点，对读者和作者在专业、学术水准等方面都有一定要求。并不适合一般意义上的大众传播。微信视频号依托微信强大的社交属性，其视频内容借助“朋友圈”，更易实现以自己为核心的小众传播。相比抖音、快手、哔哩哔哩等大众化的视频平台，微信视频号更易实现精准定位，形成在特定人群中的精准传播。

如果要在抖音、快手、哔哩哔哩等平台查找某一特定刊物，必须进行专门搜索。笔者曾经在抖音和哔哩哔哩上以“学报”“进展”“研究”为关键词进行查询，结果却一种期刊都没查到。后来，笔者通过其他渠道得知，

一些科技期刊已经进驻这两个平台，但为什么查不到呢？究其原因，主要由于关键词设定比较困难，科技期刊名称千差万别，“一揽子”的查找方式无异于大海捞针，没有专门的传播或宣传渠道很难获得。

相比之下，微信视频号可以通过点赞的方式实现在朋友圈的传播，获取成本大大降低。而且，目前大多数人已经形成了浏览微信的习惯。所以，只要看到某个朋友对期刊视频号某条内容的点赞既可获得该刊视频号的路径，如果感兴趣，点击“关注”即可。微信视频号开通后，笔者就是通过这个功能陆续关注了一些期刊的微信视频号，虽然总体数量仍不多，但相比其他视频平台，却大大降低了查询成本。

可以看到，微信视频号的传播更多基于“朋友圈”的推荐，这种“口口相传”的传播方式更适合科技期刊的小众特点。科技期刊的微信视频号有时甚至不需要特定的推广就可以起到很好的传播效果。如《材料科学与工程》微信视频号发布的视频内容“浙大今天发表重磅成果：10900 米深海成功驱动软体机器人”，点赞超过 2000 次，转发超过 230 次。

2.2 更具实时效果

微信视频号相对于微信公众号而言，在时效性方面具有很大优势。微信公众号无论认证与否，也不管是订阅号还是服务号，在发布时间和发表数量等方面都是有一定限制的。以发布限制更宽松的订阅号为例。微信订阅号每天只能发 1 次，每次最多能发 8 条。相比之下，微信视频号则没有单日发布数量等方面的限制，科技期刊可以根据实际需要发布多条视频内容。《机械工程学报》的视频号“JME 学院”就曾在一天内发布多条学术会议的报告视频，在机械领域的学术圈内也获得了很好的传播效果，有效地促进了期刊与学者之间的互动。

2.3 华人期刊世界的独特创新

微信视频号根植于微信平台，微信是华人世界应用最广泛的移动端社交软件。科技期刊对微信视频号的实践和探索对于中国科技期刊的发展极具价值。需要说明的是，微信视频号不仅对中文科技期刊有重要的推动作用，对中国创办的英文期刊同样极具价值，如《Nano Research》《园艺研究》这些国内顶尖的科技期刊也都开通了微信视频号。

特别是在“建设世界一流科技期刊”的背景下，微信视频号的探索更具时代意义。由于基础软件的不同，国外似乎还未出现微信视频号这种带有强大社交基因的短视频分享软件。Facebook、Twitter、WhatApp 等国外社交软件用户也很众多，在科技期刊领域也有一些应用。但是，微信视频号与它们似乎都有所不同。它的风格很独特，既可以依托于期刊，却又有着视频内容专属的运行逻辑。这种风格可能会为国际科技期刊发展带来一些全新的经验。如果运用得当，这些经验或许会成为实现“建设世界一流科技期刊”目标的一个重要抓手。

3. 展望

一方面，视频呈现技术可能是未来科技期刊的发展方向。随着科学技术的快速迭代，科技期刊的传播方式也在快速发展。网站已经开始被归入“传统媒体”。按照这种趋势，或许几年后微信公众号也会变成传统媒体，科技期刊要不断提升传播效力就必须紧跟时代，抓住每一次传播方式的变革。目前随着各种视频平台的兴起和视频制作技术的不断发展，以前看似遥不可及的期刊论文视频化或许在不久的将来就能普及。因此，科技期刊应该提前布局，开设微信视频号，为未来的发展做好储备。

另一方面，微信视频号或许也只是一个过渡形态，因为 AR/VR 技术已经呼之欲出，再经过几年的技术沉淀，很可能会为科技期刊的阅读带来全新的体验。未来，科技期刊在从纸本迈向 AR/VR 技术的过程中，视频号或许能成为一个很好的过渡技术。毕竟 AR/VR 归根到底也是一种视频呈现方式，从视频号向 AR/VR 的转化显然比从文字向 AR/VR 直接转换要便捷一些。所以，在更远的时间线上，微信视频号在科技期刊的技术演化过程中也将扮演十分重要的角色。

总之，视频技术很可能会推动科技期刊产生意想不到的变革。随着互联网技术的快速发展，科技期刊在投稿方式、评审流程、传播手段、表现形式等方面都发生了巨大变化。但是，这些技术却都未改变科技期刊以文本为核心的特点。未来，随着视频技术的不断发展和视频制作门槛的不断降低，研究成果可能会以纯视频的形式出现。在纯视频场景下，文字会从“主角”变成“配角”，甚至完全消失，“写论文”可能会转变为“制作论文”。如果这种情景成为现实，视频号或许会成为研究成果的发布平台和学术研究成果传播的重要基础设施。到那时，微信视频号将在科技期刊领域发挥更大的作用。媒

参考文献

[1] 诸静英 . 传统期刊中设立视频性栏目的探索 [A]. 华东地区高等院校自然科学学报编辑协会 . 学报编辑论丛 [C]. 上海，2019：310-313.

[2] 鲁翠涛 ，赵应征 . 国际科技期刊视频摘要发展概况及其启示 [J]. 编辑学报，2018（1）：25-27，28.

[3] 王孜 .5G 时代学术期刊短视频平台的发展现状与融合研究——以抖音短视频为例 [J]. 出版发行研究，2020（2）：61-66，60.

作者简介：武晓耕（1979— ），陕西西安，编辑部主任，副研究员，研究方向：期刊。

（责任编辑：李净）